Parfum, mon amour

Atteinte d'une myopie évolutive qui lui ôte peu à peu la vue, la Neuchâteloise Elisabeth Guillet s'est tout entière plongée dans le monde des fragrances et des effluves mythiques des grands créateurs. Jusqu'à devenir une spécialiste reconnue. Rencontre.

Sa passion respire l'enfance. D'aussi loin qu'elle se souvienne, Elisabeth Guillet adore les odeurs. Celles de la nature qui entoure le petit village de Fontaines (NE) où elle vit avec sa fille de bientôt 20 ans et son mari. Mais surtout les fragrances immortelles des grands créateurs, le «Must» de Cartier, «L'Air du temps» de Nina Ricci, «Calèche» d'Hermès ou encore «J'adore» de Christian Dior. Autant de parfums intemporels qu'elle hume depuis toujours, qui l'accompagnent comme «des compagnons fidèles, dans les bons comme dans les mauvais moments.»

Aujourd'hui «nez» reconnu dans sa région, Elisabeth Guillet naît en 1954 dans le canton de Neuchâtel avec une myopie pathologique évolutive. Malgré sept opérations, des traitements laser et «toute la panoplie», sa vision lui échappe inexorablement. «Aujourd'hui, j'en suis à un quart d'œil. J'ai entièrement perdu le gauche et avec l'autre j'aperçois à peine un bout de votre main.» Depuis toute petite, le monde du parfum devient son échappatoire, sa joie, sa distraction. «Ici, chez moi, je me montre très à l'aise. Parce que je connais l'emplacement de chaque objet, l'orientation de chaque meuble. Mais dès que je sors, je prends ma canne blanche. Et je deviens la malvoyante du quartier. Pour aller à la rencontre des autres, des cultures, pour faire ma vie, j'ai sans doute eu davantage que d'autres le besoin d'un fil rouge, d'une valeur refuge. Tout naturellement ce fut et c'est encore le monde de la parfumerie.»

Dans les années 70, pour se voir ouvrir les portes des parfumeurs, Elisabeth Guillet entreprend une formation d'esthéticienne en cours du soir. De nos jours, elle prendrait son baluchon et monterait directement à Paris, s'inscrirait comme élève de l'Institut international du parfum. Et peut-être travaillerait-elle chez l'un de ces mythiques grands noms qu'elle aime tant. «Mais à l'époque, c'était beaucoup plus difficile. Et puis ma situation familiale me contraignait à travailler sans pouvoir m'engager dans de longues études. Mes problèmes précoces de vue me rendaient aussi moins téméraire que je ne l'aurais voulu. Enfin voilà, cela ne s'est pas fait.»

Vingt-trois ans à la police

Elle se dirige même vers un tout autre domaine, suit une école de commerce, passe son diplôme de secrétaire de direction. Et devient durant vingt-trois ans, jusqu'à ce que sa maladie dégénérative l'éloigne définitivement du monde professionnel, la responsable du secrétariat de l'état-major de la police cantonale neuchâteloise. Une punition? «Non, pas du tout, je m'y suis beaucoup plu. Il se passait tout le temps quelque chose, j'y abordais beaucoup de domaines, juridiques, sociaux, organisationnels. C'était passionnant.»

Un fil rouge

Loin de la quitter pour autant, le monde de la parfumerie ne cesse de l'accompagner. «Une source de joie et de ressourcement. Je profitais de mon temps libre ou de mes voyages pour visiter des parfumeries célèbres, pour me balader dans des brocantes à la recherche d'un flacon, ou encore dans des librairies pour dénicher un livre introuvable.» Plusieurs classeurs témoignent de nombreux courriers envoyés aux maisons renommées. Elle entre en contact avec Caron, Guerlain, Lancôme, rend visite au groupe suisse Givaudan, l'un des leaders mondiaux de la production d'essences et d'arômes. «J'ai également longtemps correspondu avec le créateur du célébrissime «Eau Sauvage», Edmond Roudnitska.» Pour la plupart des gens, ce parfum éternel lancé en 1966, l'un des premiers à l'intention de la gent masculine, reste associé à Christian Dior. Seuls les vrais amoureux connaissent le nom de son compositeur, ce Niçois à qui l'on doit aussi «Diorella» ou l'«Eau d'Hermès».

Elisabeth Guillet l'avoue, elle se montre un peu nostalgique du temps où le synthétique n'avait pas encore remplacé les extraits naturels, où une partie grandissante de la profession ne déléguait pas la constitution de ses catalogues à des laboratoires spécialisés, chargés de sortir des produits à la demande, tous clients confondus. «De nos jours, à l'instar d'autres domaines, l'on cherche surtout à correspondre à la tendance du moment.»

Heureusement, tout n'est pas encore perdu et quelques rares maisons conservent une volonté d'identité olfactive. C'est la fameuse «guerlinade» de Guerlain, cette note présente dans tous les classiques de la maison familiale (désormais rachetée), mélange dit-on de bergamote, de jasmin, de vanille et d'iris. C'est Jacques Polge, indissociable de Chanel, c'est Jean Kerléo, créateur chez Jean Patou depuis 1967. «Ce qui n'empêche pas Chanel de vouloir moderniser la formule du No5 datant de

Elisabeth Guillet possède des centaines de bouteilles de grands parfums dont des raretés ou des séries limitées.

C'est quoi un «nez»?

Naît-on ou devient-on un parfumeur créateur, ces véritables musiciens des odeurs à l'origine de parfums éternels? Elisabeth Guillet rappelle que l'odorat est avant tout affaire de capteurs présents dans le nez envoyant des informations à des récepteurs de notre cerveau. Il faut d'abord de la passion pour le monde des senteurs. Et l'envie de travailler sa mémoire oflactive. «Un spécialiste sait par exemple, parce qu'il l'a appris, que tel accord de fleur avec telle autre donnera telle odeur.» Il faut assimiler des milliers d'odeurs, alors qu'un nez commun en connaîtra à peine entre 50 et 70. Autre élément clé, selon Jean Kerléo de chez Jean Patou, le développement de l'imaginaire. Comme pour une partition, il s'agit de marier les accords, les bonnes notes olfactives pour parvenir à une composition harmonieuse. Et si historiquement, comme dans le domaine du vin, la profession était avant tout masculine, sa féminisation est aujourd'hui en marche. Pour Jean Kerléo, il faudra ainsi moins d'une décennie pour que les trois quarts des parfumeurs soient des parfumeuses.

La collection d'Elisabeth Guillet compte 2000 à 3000 échantillons de senteurs.

1922. Pour moi, c'est un peu comme si l'on démolissait tous les bâtiments anciens sous prétexte que la mode est aux grandes surfaces vitrées.»

A force de passion et d'immersion, la Neuchâteloise devient elle-même une spécialiste reconnue. Elle officie comme experte cantonale aux examens de vendeuses en parfumerie. Elle rédige un catalogue de flacons de collection à la demande de responsables de ventes aux enchères. Elle donne des conférences ou organise des événements de sensibilisation, notamment dans le noir, ce qui lui permet d'établir un lien avec la question de la cécité. «Amoureuse» de toutes ces senteurs, elle les collectionne elle-même. Un ensemble de quelque trois ou quatre mille échantillons, qu'elle a offert à sa fille, mais aussi deux à trois cents pièces comme «autant de coups de cœur.» Parmi elles, des raretés telle cette petite bouteille portant la griffe d'un prince russe, Erik de Kirghize, qui s'était mis en tête de créer sa fragrance. «Il en existe peut-être sept exemplaires au monde. Je l'ai échangé avec une autre collectionneuse.» Ou encore cette série limitée «Salvador Dali», portant le numéro 4 sur 5000. «Ces éditions numérotées et limitées, à diffusion confidentielle, conservent une partie de ce mystère qui entourait autrefois la parfumerie, avant que cela ne devienne un produit de grande consommation.»

Autre source de joie, le renouveau de la parfumerie traditionnelle. Une production artisanale, plus confidentielle et plus élitiste, plus authentique aussi, signée Annick Goutal, Serge Lutens ou les Editions Frédéric Malle travaillant en direct avec plusieurs grands créateurs. «Entre ce type de démarche et un parfum quotidien, il existe la même différence qu'entre un tableau de maître et une lithographie. »

Pierre Léderrey

Photos Joëlle Neuenschwander

Publicité

Vous aimez le confort.
Une idée pour vous.
Le bon téléphone mobile pour chacun. Par exemple, le Nokia 6267 et son clavier aux touches surdimensionnées pour une composition plus facile.
www.swisscom.ch
swisscom
Nokia 6267
49.–*
– Touches ergonomiques
– Appareil photo 2 mégapixels
– Autonomie en conversation, 6,5 heures max.
NOKIA
* A la souscription d'un abonnement NATEL® swiss liberty CHF 25.–par mois. Durée minimale du contrat: 24 mois. Prix sans abonnement: CHF 439.–, carte SIM non comprise.

Le succès fou de Doodle!

Le programme de planification en ligne Doodle.ch est une incroyable histoire qui a démarré comme un jeu entre copains il y a quatre ans. Aujourd'hui, il suscite l'enthousiasme de centaines de milliers d'internautes dans le monde entier. Rencontre avec Michael Naef, son créateur.

La place est comptée dans le bureau de la Technoparkstrasse, une rue située dans un quartier branché de Zurich. Neuf mètres carrés pour deux pupitres et deux PC, c'est un peu juste! «Cela fait une année que nous travaillons ici dedans, rigole Michael Naef, 34 ans. Et nous attendons toujours notre première engueulade. Au début, nous pensions que ce ne serait qu'une question de semaines avant que nous nous crêpions le chignon. Mais pas du tout! Nous sommes tout simplement trop occupés pour avoir le temps de nous chamailler.» Paul Sevinç, son collègue, est assis à deux mètres à peine de Michael Naef. Vite fait, bien fait: la visite de l'entreprise n'aura pas duré plus de soixante secondes…

Traduction en seize langues

«Vite fait, bien fait!» telle est aussi la recette du succès de ce service en ligne développé par Michael Naef sous le nom de Doodle.ch. Tout a commencé l'été 2003. Michael Naef veut organiser un souper avec des amis. La difficulté de trouver une date qui convienne à tous l'énerve. «Des jours durant, j'ai dû faire x téléphones sans trouver un seul soir qui convienne à tous!» Ingénieur diplômé en informatique, il griffonne un tableau sur un bout de papier, développe son idée, en fait une sorte d'agenda grâce auquel il est simple comme bonjour d'organiser des rendez-vous. Le souper a finalement lieu et Michael Naef décide de mettre son système en ligne, gratuitement. Quatre ans plus tard, ce qui n'était qu'un jeu au départ est aujourd'hui comme une véritable institution mondiale diffusée en seize langues et comptant plusieurs centaines de milliers d'utilisateurs.

Comme en témoignent les innombrables lettres de remerciement, les utilisateurs ne sont pas seulement des participants à des soirées festives, mais aussi des sportifs qui planifient leurs entraînements, des membres de comités, des hommes d'affaires organisant des réunions internes ou des séminaires, des partis politiques et des autorités. Depuis peu, l'EPFZ elle-même passe par Doodle pour fixer certaines séances.

Désormais, avec son nouveau produit Branded Doodle, Michael Naef permet à des sociétés – moyennant finance – de personnaliser leurs sondages. Certes, le Zurichois d'adoption ne roule pas sur l'or avec son bébé, mais il n'empêche: «Nous gagnons un peu d'argent.» Doodle se finance par la publicité affichée sur son site.

De 2003 à 2007, l'ingénieur en informatique s'est surtout attelé à bricoler Doodle (en anglais ce mot signifie griffonnages). Il était alors collaborateur scientifique et enseignant à l'EPFZ, et l'essentiel de son temps consistait à prodiguer des conseils en matière de sécurité informatique auprès de diverses sociétés.

L'an dernier, il a décidé de fonder sa propre société, Inturico Engineering GmbH, et de professionnaliser son invention. A l'EPFZ, il a fait la connaissance de Paul Sevinç, son partenaire actuel, qui a été d'accord de le suivre dans l'aventure Doodle. Michael Naef n'a pas regretté une seule seconde d'avoir pris la décision de fonder sa société: «J'apprends tous les jours. Mais bien sûr, il ne faut pas trop compter ses heures de travail.»

«Ne pas compter ses heures de travail», dans le cas du créateur de Doodle, c'est un fait bien réel: cet Argovien de naissance est responsable, non seulement de l'exploitation technique et de toutes les demandes des clients, mais encore du marketing et des partenariats, jobs qu'il cumule sans se stresser, même s'ils l'occupent entre 60 et 80 heures par semaine.

Tout sauf hyperactif

C'est d'autant plus étonnant que la palette des activités annexes de Michael Naef est vaste: parcours Vita plusieurs fois dans la semaine; jeux de stratégie, randonnée et ski avec des amis. L'informaticien est aussi membre actif de Swisseduc, société qui offre gratuitement sur internet du matériel pédagogique pour les enseignantes et enseignants du secondaire.

Pourtant, il réfute être un hyperactif. «Il y a des jours où je reste tranquillement chez moi à bouquiner. Au contraire de beaucoup d'autres, je peux facilement déconnecter. Je ne suis pas quelqu'un qui emmène son portable jusque dans son lit.» Sauf, bien sûr, quand il doodle pour… inviter ses amis à partager un repas. Reto Knobel

Photos Frédéric Meyer

Doodle mode d'emploi

Exemple 1 – Vous prévoyez un souper pour le comité de votre association:
1. Allez sur www.doodle.ch.
2. Ouvrez un sondage, tapez les dates envisagées et suivez la procédure.
3. Envoyez par e-mail aux participants potentiels le lien établi de manière aléatoire par un générateur. Sur la page qu'ils reçoivent, les destinataires peuvent s'inscrire et cocher la ou les dates qui leur conviennent. Au retour, vous verrez immédiatement les dates qui entrent en ligne de compte.

Exemple 2 – Vous ne savez pas s'il y aura assez de participants à vos entraînements hebdomadaires de volleyball:
1. Allez sur www.doodle.ch.
2. Ouvrez un sondage et sélectionnez les jours de la semaine envisagés (par exemple: jeudi 13 mars, jeudi 20 mars, jeudi 27 mars, etc.).

Sans prise de tête: les participants s'inscrivent sur la liste, les champs verts indiquent les moments qui leur conviennent.

3. Envoyez le lien établi par e-mail aux joueuses et aux joueurs de votre club. Ceux-ci cochent tous les jours qui leur conviennent (ou se désinscrivent). Vous verrez alors immédiatement qui participera quel jour et pourrez ainsi décider si l'entraînement aura lieu ou non.

Le dos au mur? Pensez donc! Le fondateur de Doodle, Michael Naef, ne fait que commencer à exploiter son invention.